

EDIÇÃO VERDE

ÉPOCA

RIO+20

O futuro dele depende de nós

O desafio de garantir riquezas e recursos para as próximas gerações

POLÍTICA

A tensão no PT afasta a turma de Lula da turma de Dilma

MEDICINA

O médico que faz diagnóstico à moda do doutor House

COLUNISTAS

Ruth de Aquino e os riscos de amar uma prostituta
Walcyr Carrasco e os perigos de sucumbir à raiva
Bruno Astuto e as agruras na vida da DJ Paris Hilton



EDIÇÃO: FLÁVIA YURI
e-mail: vidautil@edglobo.com.br

EVOLUÇÃO PESSOAL

Um treinador para a mente e o espírito

Contratar um orientador pessoal - um coach - era coisa para altos executivos. Hoje, é para quem quer evoluir (e puder pagar)

Marcos Coronato



O que há em comum entre o apresentador de televisão Marcelo Tas e os graduandos do prestigiado Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), nos Estados Unidos? Uma característica que eles poderiam partilhar é uma certa tranquilidade com relação ao êxito profissional. Tas é reconhecido há quase 30 anos como comunicador bem-sucedido e inventivo. Os alunos que saem do MIT são reconhecidos como craques em tecnologia e podem disputar bons empregos em qualquer lugar do mundo. Mas outro ponto em comum entre Tas e muitos recém-formados da elite intelectual americana é a disposição de recorrer a um tipo muito específico de “instrutor” mental e emocional, que se propõe a ajudar o “aluno” a lidar com angústias ou desafios variados, profissionais ou não. Esse instrutor, que costuma atuar por meio de sessões de conversas privadas, como se fosse um psicólogo, é conhecido pelo termo “coach” (que, em inglês, define também o técnico ou treinador de atletas).

Há alguns anos, esse tipo de serviço só era contratado por grandes empresas que queriam melhorar o desempenho de seus executivos mais promissores em ascensão. Hoje, os coaches se tornaram mais baratos e versáteis – atendem a qualquer um que possa pagar e se propõem a ajudar o cliente (ou “coachee”) a perseguir objetivos variados, como lidar melhor com subordinados, chefes, dinheiro, tempo, organização, família e relacionamentos, ou até a definir melhor novos objetivos para o futuro. Quem oferece o serviço precisa reunir uma combinação difícil de talentos, dependendo das metas a que se propõe. Alguns coaches exibem experiência na mesma área profissional que o cliente, outros têm credenciais acadêmicas

como profissionais de saúde mental, outros ainda fizeram carreira como consultores. Mas todos precisam ter treinamento específico de coaching e muita sensibilidade para equilibrar os papéis de professor particular, bom ouvinte, confidente e conselheiro. Um treinador desses seria útil para você?

Quem já se dispôs algum dia a fazer terapia ou

Foto: Guillermo Giansanti/ÉPOCA



RENOVADA
A analista Mônica Miranda em casa. Com o coaching, ela diz que se tornou mais segura

análise pode responder “sim” mais facilmente. O coaching tem características bem distintas dessas práticas (*leia sobre as semelhanças e diferenças no quadro*), mas todas requerem, de quem contrata o serviço, um comprometimento parecido: disposição para ter com um desconhecido conversas profundas e, às vezes, desconfortáveis, confiança nesse interlocutor, respeito intelectual por ele, vontade de mudar, disciplina para manter a frequência das sessões. “Eu tinha um certo preconceito com relação ao coaching, uma impressão que era coisa para executivo ou de autoajuda, na linha

“leia este livro e fique inteligente””, diz Marcelo Tas. “Mas o coaching me ajudou a organizar a mente, a usar minhas ferramentas mentais para resolver algo difícil.” Ele experimentou essa forma de autoaprimoramento durante três meses, em 2011, e planeja repetir a dose. Entre as situações desafiadoras, Tas menciona tanto uma reunião de trabalho em que ele antes ficaria numa postura defensiva quanto uma conversa delicada e tensa com a filha. Tas já fez terapia e pratica meditação, experiências que o tornam

um coachee mais aberto e propenso a mergulhar em jornadas de autoconhecimento. Mas mesmo os mais fechados e desconfiados podem aprender a extrair o melhor do coaching. É o caso de Mônica Miranda, analista de regulação do setor farmacêutico. Em 2010, após uma demissão traumática, ela percebeu que estava obcecada pelos erros passados. Segundo ela, o coaching a ajudou a identificar seus pontos fortes e se concentrar no futuro. Desde 2011, está empregada em outra companhia. O coaching pode trazer benefícios diversos – desde que o cliente tenha as expectativas adequadas e saiba diferenciar os profissionais sérios dos picaretas.

Flávia Lippi, a coach que convenceu Tas a experimentar o sistema, enumera alguns pontos básicos. O coaching começa com definições bem claras de metas a cumprir, número de sessões necessárias, data para terminar, contrato de direitos e deveres dos dois lados e formas de medir os resultados, como relatórios regulares. Não há trabalho sem metas nem por tempo indefinido, como seria aceitável numa terapia. Cada coach usa um método. As sessões podem incluir gravações de vídeos do coachee para comparações ao longo do processo, exercícios mentais para fazer durante as sessões e fora delas, resposta a questionários e confronto com situações hipotéticas. “Numa sessão de coaching, não há espaço para conversas soltas, sem objetivo definido. Há um método colocado em prática”, diz Flávia.

Mesmo com essas exigências, há uma proliferação preocupante de prestadores de serviços que se apresentam como coaches, muitos deles sem o treinamento adequado, ou simplesmente sem o grau indispensável de inteligência, sensibilidade ou experiência

pensável de inteligência, sensibilidade ou experiência de vida necessário para um trabalho tão difícil.

Nos Estados Unidos, no Reino Unido e na Austrália, o uso do sistema se difundiu entre grandes empresas nos anos 1990. Os executivos logo perceberam que poderiam colher benefícios também fora do ambiente profissional, e a moda se espalhou pelo mundo. No Brasil, o coaching para executivos ganhou força por volta de 2000. E a modalidade conhecida como “life coaching”, voltada para qualquer aspecto da vida, nos últimos cinco anos. As maiores empresas de preparação de coaches no Brasil, juntas, formavam algumas centenas de pessoas por ano até 2009. Atualmente, esse número deve chegar perto de 5 mil. Com a oferta crescente, o interessado no serviço deve dobrar os cuidados. Os preços cobrados já servem como pistas. Nos Estados Unidos, a hora de um coach respeitável custa a partir de US\$ 200, a média é de US\$ 500, e os mais caros chegam a cobrar US\$ 3.500. No Brasil, os preços razoáveis começam na casa dos R\$ 100 por hora e podem superar um pouco os R\$ 1.000 por hora. Preços inferiores a essa faixa devem ser vistos com cautela. Susan David, doutora em psicologia clínica, pesquisadora da Universidade Yale e fundadora do Instituto de Coaching Harvard/McLean, propõe três critérios para a contratação de um coach: 1) ele deve exibir certificações, treinamento, experiência ou credenciais acadêmicas relevantes para lidar com os objetivos propostos – duas das certificações reconhecidas são da ICI (Associação Internacional dos Institutos de Coaching) e da ICF (Federação Internacional de Coaching); 2) deve ser capaz de descrever claramente que método usará e como os resultados aparecerão; e 3) deve ser alguém que investe na pró-

pria educação continuada e evolução pessoal. Bons coaches costumam usar regularmente os serviços de outros coaches.

Com *Daniella Cornachione*

É caso para coach?

Antes de gastar, defina o que você quer e saiba o que eles oferecem

ORIENTADOR PESSOAL

(Professor particular, personal trainer, consultor de estilo etc.)

Concentra-se em melhora rápida de desempenho

É pago para dar respostas e dicas

Tem de ser muito objetivo

Pode dar "ordens" a quem o contrata



COACH

Concentra-se no futuro

Ajuda o indivíduo a encontrar o próprio caminho

Lida de igual para igual com quem o contrata

